

PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA CBR DI KOTA YOGYAKARTA

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian HONDA CBR di kota Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen serta variabel terikat Keputusan Pembelian. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 120 responden. Pemilihan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *judgment sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis Regresi berganda dengan menggunakan program komputer *SPSS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian HONDA CBR di kota Yogyakarta. Secara parsial variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian HONDA CBR di kota Yogyakarta.

Kata kunci : motivasi, persepsi, sikap konsumen, retensi pelanggan